

## ABSTRAK

Dalam era digital saat ini, pemasaran melalui media sosial telah menjadi *trend* yang signifikan bagi berbagai *brand* dalam upaya memperluas jangkauan dan mempererat hubungan dengan konsumen. Media sosial, terutama Instagram, menawarkan peluang tak tertandingi bagi pemasaran dengan berbagai fitur dan keunggulan yang memungkinkan *brand* untuk menonjolkan produk mereka. Salah satu *brand* yang memanfaatkan potensi Instagram adalah Kopi Gayo *Wine*, yang berfokus pada promosi kopi berkualitas tinggi dari Aceh. Melalui Instagram, Kopi Gayo *Wine* secara konsisten memposting konten yang menampilkan proses produksi dan kualitas produknya, sehingga membangun citra merek yang kuat. Namun, kendala seperti kurangnya ahli fotografi dan strategi pemasaran yang efektif masih menjadi tantangan bagi pertumbuhan *brand*. Meskipun melakukan promosi melalui akun-akun media sosial lokal, pertumbuhan jumlah pengikut belum memuaskan, mengindikasikan perlunya strategi promosi yang lebih efektif.

**Kata Kunci :** Teori *Integrated Marketing Communication*, Komunikasi Pemasaran, Kopi Gayo *Wine*

## ABSTRACT

In the current digital era, marketing through social media has become a significant trend for various brands in efforts to expand their reach and strengthen relationships with consumers. Social media, particularly Instagram, offers unparalleled opportunities for marketing with its various features and advantages that enable brands to showcase their products. One brand leveraging the potential of Instagram is Kopi Gayo Wine, focusing on promoting high-quality coffee from Aceh. Through Instagram, Kopi Gayo Wine consistently posts content showcasing the production process and the quality of its products, thereby building a strong brand image. However, challenges such as the lack of photography expertise and effective marketing strategies remain obstacles to the brand's growth. Despite promoting through local social media accounts, the growth of followers has been unsatisfactory, indicating the need for more effective promotional strategies.

**Keywords:** *Integrated Marketing Communication Theory, Marketing Communication, Gayo Caffe Wine*

